



PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK

DI RAMAYANA MALL KUDUS

Diajukan Oleh :

USWATUN KHASANAH MAHSUN

NIM. 2012-11-138

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2016



**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
DI RAMAYANA MALL KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

USWATUN KHASANAH MAHSUN

NIM. 2012-11-138

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2016

PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI RAMAYANA MALL
KUDUS

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, 2016

Mengetahui,

Ketua ProgDi



NOOR AZIZ, SE, MM

NIDN. 0609107501

Pembimbing I



Drs. H. M. MASRURI, SE, MM

NIDN.0601085601

Mengetahui,

Dekan



H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM

NIDN. 0618066201

Pembimbing II



NOOR AZIZ, SE, MM

NIDN. 0609107501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagi kamu. Dan boleh jadi kamu mencintai sesuatu, padahal ia amat buruk bagi kamu. Allah Maha mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui”

(Al-Baqarah: 216)

PERSEMBAHAN

Karya kecil ini kupersembahkan Kepada:

1. Allah SWT, terima kasih Ya Allah telah memberiku semua ini, keluarga yang mendukung, rejeki yang berkecukupan, untuk kesehatan dan juga perlindungan-Mu.
2. Kedua orang tuaku dan adik-adikku tersayang. Terima kasih untuk dukungan, doa, perhatian dan kasih sayangnya.
3. Semua teman sahabat dan pacar yang sudah memberikan semangat dan membantu dalam proses penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, hidayah dan ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI RAMAYANA MALL KUDUS”. Skripsi disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
2. Ayahanda tersayang Sutikno dan Ibu tercinta Sumarmi yang telah melahirkan ,membesarkan dan mendidik penulis dengan teladan dan doa dan dukungan tiada henti yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk terus maju.
3. Drs. H. M. MASRURI, SE,MM, Dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Noor Aziz, SE, MM, Dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

5. Jimmy Lesmana Bahtiar yang sudah memberikan semangat dan membantu dalam mencari bahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu yang bermanfaat kepada penulis.

Kudus, Agustus 2016
Penulis



**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI RAMAYANA
MALL KUDUS**

USWATUN KHASANAH MAHSUN

2012-11-138

Pembimbing : 1. Drs. H. M. Masruri, MM

2. Noor Aziz, SE., MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Dewasa ini dalam kehidupan yang semakin kompleks serta dengan adanya kebutuhan yang semakin beraneka ragam, perusahaan dituntut untuk dapat memahami kebutuhan dan keinginan para konsumennya. Dalam memenuhi kebutuhannya konsumen akan selalu berusaha dengan berbagai cara agar kebutuhannya dapat terpenuhi sehingga dapat memberikan kepuasan bagi dirinya sendiri. Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen harga, promosi dan kualitas pelayanan, variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian, pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, dan pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk di Ramayana Mall Kudus. Sampel penelitian ini sebanyak 93 responden. Dalam penelitian ini menggunakan data primer. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari nilai regresi 0.309 dengan t_{hitung} 3.358 lebih besar dari t_{tabel} (1.986), sehingga hipotesis pertama terdapat pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari nilai regresi 0.340 dengan t_{hitung} 3.763 lebih besar dari t_{tabel} (1.986), sehingga hipotesis dua terdapat pengaruh variabel promosi terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari nilai regresi 0.311 dengan t_{hitung} 3.566 lebih besar dari t_{tabel} (1.986), sehingga hipotesis tiga terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari nilai F_{hitung} yang lebih dari F_{tabel} ($32.399 > 2.707$), sehingga hipotesis keempat yang menyatakan terdapat pengaruh variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk di Ramayana Mall Kudus.

Kata kunci : Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Konsumen

EFFECT OF PRICE, PROMOTION AND SERVICE QUALITY OF PRODUCT PURCHASE DECISION RAMAYANA MALL IN KUDUS

USWATUN KHASANAH MAHSUN

2012-11-138

Pembimbing : 1. Drs. H. M. Masruri, MM

2. Noor Aziz, SE., MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRACT

Today in the life of an increasingly complex and with the needs of an increasingly diverse, companies are required to be able to understand the needs and desires of consumers. In meeting the needs of consumers will always seek ways to make their needs can be met so as to give satisfaction to himself. In this study using independent variable pricing, promotion and service quality, the dependent variable is the purchase decision. To determine the effect of price on purchase decisions, the effect of promotions on purchasing decisions, impact of service quality on purchasing decisions, and the effect of price, promotion and service quality on product purchasing decisions in the Ramayana Mall Kudus.

The research sample of 93 respondents. In this study using primary data. Price significantly influence purchasing decisions. It is seen from the regression of 0,309 with 3,358 is t_{greater} than t_{table} (1,986), so the first hypothesis there is the effect of variable price on purchase decisions. Promotion significantly influence purchasing decisions. It is seen from the regression of 0340 with 3763 t_{greater} than t_{table} (1,986), so the hypothesis two variables there are significant promotion on purchase decisions.

Service quality significantly influence purchasing decisions. It is seen from the regression of 0311 with 3,566 is t_{greater} than t_{table} (1,986), so the hypothesis there are three variables influence the quality of services to the purchasing decision. Price, promotion and service quality significantly influence purchasing decisions. This is evident from the calculated F_{value} is more than F_{table} ($32,399 > 2,707$), making it the fourth hypothesis which states there is the effect of variable pricing, promotion and quality of service to the purchasing decision.

Keywords: Pricing, Promotion, Quality of Service, Consumer Decision

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| RINGKASAN / ABSTRAKSI | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB I. PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Ruang Lingkup | 4 |
| 1.3 Perumusan Masalah | 5 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian | 6 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Harga | 8 |
| 2.1.1 Penetapan Harga | 9 |
| 2.1.2 Tujuan Penetapan Harga | 10 |
| 2.1.3 Dimensi yang Mempengaruhi Persepsi Harga | 11 |
| 2.1.4 Indikator Harga | 11 |
| 2.2 Promosi | 12 |
| 2.2.1 Tujuan Promosi | 13 |
| 2.2.2 Faktor – Faktor Promosi | 15 |
| 2.2.3 Indikator Promosi | 16 |
| 2.3 Kualitas Pelayanan | 16 |
| 2.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan | 17 |
| 2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan | 18 |
| 2.4 Pengertian Keputusan Pembelian | 18 |
| 2.4.1 Model Tahapan Pembelian | 18 |

| | | |
|----------------|--|----|
| 2.4.2 | Indikator Keputusan Pembelian | 20 |
| 2.5 | Pengaruh Variabel | 21 |
| 2.5.1. | Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian | 21 |
| 2.5.2. | Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian ... | 21 |
| 2.5.3. | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian..... | 22 |
| 2.6 | Tinjauan Penelitian Terdahulu | 22 |
| 2.7 | Kerangka Pemikiran Teoritis | 24 |
| 2.8 | Hipotesis | 25 |
| BAB III | METODOLOGI PENELITIAN | |
| 3.1 | Rancangan Penelitian | 26 |
| 3.2 | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional | 27 |
| 3.2.1. | Variabel Penelitian..... | 27 |
| 3.2.2. | Definisi Operasional | 28 |
| 3.2.2.1. | Harga | 28 |
| 3.2.2.2. | Promosi | 28 |
| 3.2.2.3. | Kualitas Pelayanan | 28 |
| 3.2.2.4. | Keputusan Pembelian | 28 |
| 3.3 | Jenis dan Sumber Data | 30 |
| 3.3.1. | Jenis Data | 30 |
| 3.3.2. | sumber Data..... | 30 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel | 31 |
| 3.4.1. | Populasi | 31 |
| 3.4.2. | Sampel | 31 |
| 3.5 | Pengumpulan Data | 33 |
| 3.6 | Uji Instrumen Penelitian | 34 |
| 3.6.1. | uji validitas. | 34 |
| 3.6.2. | uji reabilitas | 35 |
| 3.7 | Pengolahan Data..... | 35 |
| 3.7.1. | <i>coding</i> | 35 |
| 3.7.2. | <i>scoring</i> | 35 |

| | |
|--|----|
| 3.7.3. <i>editing</i> | 36 |
| 3.7.4. <i>tabulating</i> | 36 |
| 3.8 Analisis Data | 36 |
| 3.8.1. Analisis Deskripsi | 36 |
| 3.8.2. Analisis Statistik | 37 |
| 3.8.2.1. Analisis Regresi Berganda | 37 |
| 3.8.2.2. Uji Hipotesis | 38 |
| 3.8.2.2.1. Uji Simultan | 38 |
| 3.8.2.2.2. Uji Parsial | 39 |
| 3.8.2.3. Analisis Koefisien Determinasi | 40 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| 3.1 Gambaran Umum Ramayana Mall | 41 |
| 4.1.1. Sejarah Singkat Ramayana Mall | 41 |
| 4.1.2. Visi dan Misi | 43 |
| 4.1.2.1. Visi | 43 |
| 4.1.2.2. Misi | 44 |
| 3.2 Kajian Data | 44 |
| 4.2.1. Karakteristik Responden | 45 |
| 4.2.2. Variabel Penelitian | 47 |
| 3.3 Analisis Kuantitatif | 51 |
| 4.3.1. Uji Validitas dan Reabilitas | 51 |
| 4.3.1.1. Uji Validitas | 51 |
| 4.3.1.2. Pengujian Reabilitas | 52 |
| 4.3.2. Statistik Deskriptif | 52 |
| 4.3.3. Analisis Regresi Linear Berganda | 54 |
| 3.4 Pembahasan | 58 |
| 4.4.1. Pengaruh harga Terhadap Keputusan Pembelian | 58 |
| 4.4.2. Pengaruh promosi Terhadap Keputusan Pembelian | 59 |
| 4.4.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian | 61 |

| | |
|--|----|
| 4.4.4 Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian..... | 62 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 6.1 Kesimpulan | 63 |
| 6.2 Saran | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA | 65 |
| LAMPIRAN | 67 |



DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| 4.1.Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner | 44 |
| 4.2.Jenis Kelamin Responden | 45 |
| 4.3.Usia Responden | 46 |
| 4.4.Pekerjaan Responden | 46 |
| 4.5.Pendapatan Responden | 47 |
| 4.6.Tanggapan Responden Tentang Harga | 48 |
| 4.7.Tanggapan Responden Tentang Promosi | 48 |
| 4.8.Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan | 49 |
| 4.9.Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian | 50 |
| 4.10.Hasil Pengujian Validitas Variabel Penelitian | 51 |
| 4.11.Hasil Pengujian Realibilitas | 52 |
| 4.12.Statistik Deskriptif Variabel Penelitian | 53 |
| 4.13.Analisis Regresi Linier Berganda | 54 |
| 4.14.Hasil Uji Determinasi | 56 |
| 4.15.Hasil Uji F | 56 |



DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|-------------------------------------|---------|
| 2.1. Model tahapan pembelian..... | 18 |
| 2.2. Kerangka pikiran teoritis..... | 24 |

